



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

“GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN *ONLINE* EN
FACEBOOK DE LOS ESTUDIANTES DE
COMUNICACIÓN DE IX Y X CICLO UPN PARA
FORTALECER SU EMPLEABILIDAD TRUJILLO 2017-I”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Comunicación y Publicidad

Autora:

Giahella Lisette Aurora Hurtado

Asesor:

Mg. Ronald Guevara Pérez

Trujillo – Perú
2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el (la) Bachiller **Giahella Lisette Aurora Hurtado**, denominada:

**"GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN *ONLINE* EN FACEBOOK DE LOS
ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE IX Y X CICLO UPN PARA
FORTALECER SU EMPLEABILIDAD TRUJILLO 2017-I"**

Mg. Ronald Guevara Pérez
ASESOR

Lic. Víctor Ramírez Gómez
JURADO
PRESIDENTE

Lic. Claudia Llanos Vera
JURADO

Lic. Lily García Galarreta
JURADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

<u>APROBACIÓN DE LA TESIS</u>	ii
<u>DEDICATORIA</u>	iii
<u>AGRADECIMIENTO</u>	iv
<u>ÍNDICE DE CONTENIDOS</u>	v
<u>ÍNDICE DE FIGURAS</u>	vi
<u>RESUMEN</u>	vii
<u>ABSTRACT</u>	viii
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	16
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	31
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	34
4.1. Resultados de la Encuesta	34
4.2. Resultados de la Entrevista	46
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN	53
CONCLUSIONES	58
RECOMENDACIONES	60
REFERENCIAS	62
ANEXOS	66

ÍNDICE DE FIGURAS

GRÁFICO N° 1: Género	34
GRÁFICO N° 2: Edad	35
GRÁFICO N° 3: Tiempo uso de la cuenta de Facebook	36
GRÁFICO N° 4: Frecuencia de acceso a la cuenta de Facebook	36
GRÁFICO N° 5: Motivos para tener una cuenta en Facebook	37
GRÁFICO N° 6: Solicitudes de amistad de personas desconocidas aceptadas.	38
GRÁFICO N° 7: Solicitudes de amistad de amigos de tus amigos aceptadas	38
GRÁFICO N° 8: Publicación de fotos personales en Facebook	39
GRÁFICO N° 9: Búsqueda en Google tu nombre y apellido para ver qué información aparece	40
GRÁFICO N° 10: Han colgado alguna foto tuya en Facebook o te han mencionado en algunos comentarios	40
GRÁFICO N° 11: Comentarios positivos de amigos o conocidos	41
GRÁFICO N° 12: Permisos para subir una foto a Facebook	41
GRÁFICO N° 13: Fotografías publicadas o compartidas en ambientes de fiesta	42
GRÁFICO N° 14: Publicaciones con contenido violento o sexual	42
GRÁFICO N° 15: Publicaciones de imágenes con ropa provocativa	43
GRÁFICO N° 16: Información adecuada para la reputación online en Facebook.....	43
GRÁFICO N° 17: Publicaciones de Hobbies	44
GRÁFICO N° 18: Compartes contenido referente a tu profesión	44
GRÁFICO N° 19: Publicaciones en Facebook sobre proyectos profesionales	45
GRÁFICO N° 20: Contenido negativo eliminado de Facebook por temor a perjudicar una postulación a un trabajo	45

RESUMEN

El propósito de la presente investigación busca explicar cómo una correcta gestión de la reputación *online* en Facebook en los estudiantes de comunicación de IX y X ciclo UPN puede fortalecer su empleabilidad. El estudio se desarrolló en forma analítica tomando en cuenta una muestra a criterio especificada por la autora. Esta muestra estuvo conformada por los alumnos de la facultad de comunicaciones de los últimos ciclos. Recopilando y analizando los datos de acuerdo a las variables gestión de la reputación *online* (donde las dimensiones son seguimiento, valoración y participación) y empleabilidad (las dimensiones son educación, Habilidades Básicas y Competencias Básicas).

Estos resultados están expuestos en el capítulo cuarto de la presente investigación. Además, en este estudio se han detallado recomendaciones para que sean tomadas en cuenta en las futuras investigaciones, en base a todo el análisis realizado.

Entre las conclusiones se evidencia que la mayoría de jóvenes estudiantes de comunicaciones de los dos últimos ciclos han eliminado contenido negativo de su perfil por miedo a que puedan perjudicar su postulación en algún posible trabajo y saben que es importante filtrar la información negativa y eliminarla a través de la gestión de la reputación *online*.

Estos resultados obtenidos permiten afirmar que el contenido que publicamos en nuestros perfiles de Facebook dentro de un proceso de contratación influye en los empleadores al ver información negativa o inadecuada.

Palabras claves: Gestión de la reputación *online*, Empleabilidad.

ABSTRACT

The purpose of the present research is to explain how a correct management of online reputation in Facebook in communication students of IX and X UPN cycle can strengthen their employability. The study was developed in an analytical way taking into account a sample criterion specified by the author. This sample was conformed by the students of the faculty of communications of the last cycles. Compiling and analyzing the data according to the online reputation management variables (where the dimensions are monitoring, evaluation and participation) and employability (the dimensions are education, Basic Skills and Basic Competencies).

These results are exposed in the fourth chapter of the present investigation. In addition, in this study recommendations have been detailed to be taken into account in future research, based on the entire analysis performed.

Among the conclusions it is evident that the majority of young students of communications of the last two cycles have eliminated negative content of their profile for fear that they may harm their application in some possible work and they know that it is important to filter the negative information and eliminate it through of online reputation management.

These results allow us to affirm that the content that we publish in our Facebook profiles within a hiring process influences employers when they see negative or inadequate information.

Keywords: Online reputation management, Employability.

REFERENCIAS

- Aced, C. (2009). *Visibilidad: Cómo gestionar la reputación en internet*. Barcelona, España: Editorial Gestión 2000. Recuperado de <http://cristinaaced.com/blog/2009/03/11/visibilidad-como-gestionar-la-reputacion-en-internet-2/>
- Arqués, N. (2007) *Y tú, ¿Qué marca eres?: 14 claves para gestionar tu reputación personal*. Recuperado de <http://www.neusarques.com/ytuquemarcaeres>
- Avellaneda, Y (2014) *Impacto de la red social Facebook en la reputación online de la Universidad Privada Antenor Orrego durante octubre a diciembre del 2013*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Privada Antenor Orrego, UPAO, Trujillo, Perú. Recuperado de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/352>
- Becerra, A. (2005) *Las competencias que demanda el mercado laboral de los profesionales del campo económico-empresarial en la actualidad*. Documentos de Discusión http://srvnetappseg.up.edu.pe/siswebciup/Files/DD1005%20%20Becerra_La%20Serna.pdf
- Bustamante, J. (2009) *Estudio Redes Sociales en Trujillo*. Investiga Estudios de Mercado y de Opinión. Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperado de http://www.upao.edu.pe/upload/recursos/investiga/estudios/2009/Informe_REDES_SOCIALES.pdf
- Cortés, D. (2008) *Trabajo de grado para optar por el título de comunicadora social con énfasis en comunicación organizacional*. Pontificia Universidad Javeriana facultad de comunicación social y lenguaje carrera de comunicación social <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis91.pdf>
- Collado Chaves, A. (2006) Construcción de un indicador para medir competencias básicas para la vida. Población y Salud en Mesoamérica, 3(2). En *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/446/44630203.pdf>

Del Santo (2011) *Reputación Online para todos: 10 Lecciones desde la trinchera sobre tu activo más importante.* Recuperado de <http://www.pqs.pe/sites/default/files/archivos/2015/aprendemas/06/sbello/reputacion-online-para-tods-1-edicion.pdf>

Fresno, M. (2011) *Cómo investigar la reputación online en los medios sociales de la web 2.0.* Recuperado de <http://eprints.rclis.org/16158/1/Miguel-Del-Fresno-Investigacion-reputacion-Online.pdf>

González-Rodrigo, E.; Sainz-González, J. (2008). *¿Quién busca trabajo en internet? En TIC y trabajo: hacia nuevos sistemas organizativos, nuevas estructuras ocupacionales y salariales, y nuevos mecanismos de intermediación.* Recuperado de http://www.uoc.edu/uocpapers/6/dt/esp/dossier_tic_y_trabajo.pdf

Halpern, D. (2013) *Primer informe social recruiting en Chile.* Recuperado de <https://es.slideshare.net/fabidel/primer-informe-social-recruiting-en-chile>

Investiga (2009) *Estudio Redes Sociales.* Universidad Privada Antenor Orrego Recuperado de http://www.upao.edu.pe/upload/recursos/investiga/estudios/2009/Informe_REDES_SOCIALES.pdf

Jiménez Meza y Montt (2014) *Efectividad de los sitios de redes sociales como fuente de atracción en el proceso de reclutamiento.* Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129737/Efectividad%20de%20los%20sitios%20de%20redes%20sociales%20como%20fuente%20de.pdf?sequence=1>

Jódar, J (2009) *La Era Digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales.* Revista Electrónica Razón y Palabra. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf

La Recomendación 195 de la Organización Internacional de Trabajo (OIT) sobre el Desarrollo de los Recursos Humanos (2004). Recuperado de https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_evento/recomendacion.pdf

Leiva (2012) *Gestión de la reputación online: crea fácilmente tu estrategia de presencia en la Red*. (1.^a ed.). Barcelona, España: Universitat Oberta de Catalunya

Llambí, M. (2016) *Reputación online: nuestra actividad en las redes sociales es el reflejo de nuestra imagen corporativa*. Recuperado de <https://www.blueroominnovation.com/en/2016/03/16/reputacion-online/>

López López (2015) *Reputación corporativa y visibilidad estratégica. Modelo de gestión de la reputación online y su aplicación en las empresas de Barcelona*. Recuperado de https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/286074/David_L%C3%B3pez_L%C3%B3pez.pdf?sequence=1

Palomino, P. (2016) *La presentación de personajes públicos en las redes sociales: construcción de la imagen de Alejandro Toledo en Facebook*. Recuperado de http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/322263/2/Palomino_PF.pdf

Pereira, Pedro A. (2012) *La interactividad de la comunicación digital en la competitividad de las organizaciones y en la maximización de las necesidades y deseos de los individuos cuando asumen el papel de consumidores a través de las redes sociales en Portugal*. Cataluña, España: Universitat de Vic. Recuperado de [tesdoc_a2012_pereira_pedro_interactividad.pdf](#)

Pérez Chirinos, V. (2014) *Marketing personal: imbricación de las relaciones de poder y la subjetividad en los discursos en torno a la búsqueda de empleo*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de https://www.academia.edu/6354909/Marketing_personal_imbricaci%C3%B3n_de_la_s_relaciones_de_poder_y_la_subjetividad_en_los_discursos_en_torno_a_la_b%C3%BAsqueda_de_empleo

Rodriguez Cuba, J. (2009) *Índice de Empleabilidad de los jóvenes*. Centro de Investigaciones Sociológicas, Económicas, Políticas y Antropológicas (CISEPA), Universidad Católica del Perú. Recuperado de https://www.fundacioncarolina.es/wpcontent/uploads/2014/07/Avance_Investigacion_32.pdf

Ritter, M.(2013) *El valor del capital humano: porqué la opinión que el público tiene de su empresa es un activo estratégico.*
<https://reputationcrisis.files.wordpress.com/2013/11/michael-ritter-ebook-el-valor-del-capital-reputacional-20131.pdf>

Sánchez Campos, A. (s.f) *Marca Personal y Redes Sociales.* (Título de Graduado) Universidad Politécnica de Cartagena. Recuperado de <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5144/tfg797.pdf;jsessionid=5BDD4FA797FF8E85BEFA658F63016B10?sequence=1>

Sánchez González, N. (2011) *La Gestión de la Reputación On Line.* Recuperado de http://aula1.escuela-online.net/dwaula1/70MKTOL/5647_reputacion.pdf

Sancho, A. (2012) *Las Redes Sociales en los procesos de reclutamiento y selección.* Recuperado de <http://www.ipade.mx/editorial/Pages/las-redes-sociales-en-los-procesos-de-reclutamiento-y-seleccion.aspx>

Temple, I. (2013) *Usted S.A. Empleabilidad y Marketing personal.* (4.^a ed.). Lima, Perú.

Toro, A. (2015) *Marca Personal en Medios Sociales Digitales: Propuesta de un modelo de autogestión.* (Tesis de doctorado) Universidad Complutense de Madrid, España. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/31130/1/T36220.pdf>

Vaquero, A. (2012) *La reputación online en el marco de la comunicación corporativa. Una visión sobre la investigación de tendencias y perspectivas profesionales.*
<http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/viewFile/48/74>

Vial, S. (2014) *Concepto de empleabilidad: capacidades en potencia para el logro de un empleo.* Publicado en DUOC. Recuperado de http://observatorio.duoc.cl/concepto_de_empleabilidad_capacidades_en_potencia_para_el_logro_de_un_empleo

XII Conferencia Regional Sobre La mujer de América Latina y el Caribe (2013) *Mujeres en la economía digital superar el umbral de la desigualdad*. Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/16561/S2013579_es.pdf

Zarella, D. (2011). *Marketing con Facebook*. Madrid, España: Editorial Anaya

ANEXOS

ANEXO 1:

ENCUESTA: GESTION DE LA REPUTACIÓN *ONLINE* EN FACEBOOK

1. GÉNERO:

2. EDAD:

Dimensión 1: SEGUIMIENTO:

3. ¿Hace cuánto tiempo utilizas tu cuenta de Facebook?

- ☐ Más de 5 años
- ☐ Entre 3 a 5 años
- ☐ Entre 1 a 3 años
- ☐ Menos de 1 año

4. ¿Con qué frecuencia accedes a tu cuenta de Facebook?

- ☐ Cada día
- ☐ Varias veces por semana
- ☐ 1 vez a la semana
- ☐ 1 vez al mes

5. ¿Cuáles son los motivos principales que te llevaron a tener una cuenta en Facebook?

- ☐ Contactar y comunicarme con amigos y/o familiares
- ☐ Encontrar contenido interesante y/o entretenido (videos, artículos, fotos, etc.)
- ☐ Estar al día de la actualidad y/o de algunas de mis aficiones
- ☐ Porque mis amigos están en ella
- ☐ Compartir con los demás mi opinión o lo que estoy haciendo en mi día a día (comentarios, fotos, videos)
- ☐ Ocupar mi tiempo libre
- ☐ Conocer gente

6. ¿Aceptas solicitudes de amistad de personas desconocidas?